

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Dalam penelitian produk, harga, lokasi dan promosi dalam bauran Tabungan Haji Mabrur merupakan faktor yang mempengaruhi penghimpunan pendanaan pihak ketiga perbankan syariah. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka didapat jawaban dari pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Bauran Pemasaran (produk, harga, lokasi dan promosi) Tabungan Haji Mabrur berpengaruh positif terhadap peningkatan dana pihak ketiga Bank Syariah Mandiri. Lokasi Tabungan Haji Mabrur mempunyai pengaruh paling dominan terhadap peningkatan dana pihak ketiga. Harga Tabungan Haji mempunyai pengaruh paling kecil terhadap peningkatan dana pihak ketiga.

Hasil penelitian ini menerangkan bahwa dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yang efektif pada Tabungan Haji Mabrur menunjukkan hasil positif pencapaian dana pihak ketiga yang akhirnya akan berdampak pencapaian asset Bank Syariah Mandiri khususnya maupun pencapaian asset bank syariah nasional yang ditargetkan oleh Bank Indonesia.

2. Hubungan karakteristik nasabah dengan bauran pemasaran dan pencapaian dana pihak ketiga sebagai berikut :
 - a. Jenis kelamin nasabah, tempat tinggal nasabah, usia nasabah, status pernikahan nasabah, penghasilan nasabah, pendidikan nasabah tidak mempunyai hubungan dengan pencapaian dana pihak ketiga Bank Syariah Mandiri. Pekerjaan nasabah mempunyai hubungan terhadap pencapaian dana pihak ketiga Bank Syariah Mandiri.
 - b. Jenis kelamin nasabah tidak dipengaruhi bauran pemasaran Tabungan Haji Mabrur Bank Syariah Mandiri. Tempat tinggal nasabah dipengaruhi terhadap lokasi menjangkau di daerah pedesaan. Usia nasabah dipengaruhi produk sesuai dengan prinsip syariah. Status pernikahan nasabah dipengaruhi produk unggul dukungan sistem teknologi canggih. Pekerjaan nasabah dipengaruhi produk sesuai dengan syariah, *brand image* Tabungan Haji Mabrur terkenal. Penghasilan nasabah dipengaruhi produk

unggul dengan dukungan sistem teknologi canggih. Pendidikan nasabah dipengaruhi produk sesuai dengan syariah, produk unggul dukungan sistem teknologi canggih, lokasi dapat di buka seluruh Bank Mandiri, promosi pemberitahuan pemerintah (Depag) sebagai bank penerima setoran haji.

5.2 SARAN

Tabungan Haji Mabrur berpengaruh terhadap peningkatan dana pihak ketiga di BSM. Maka Upaya peningkatan dan pencapaian dana pihak ketiga dapat dilakukan melalui pengembangan strategis *marketing* terhadap produk pendanaan Tabungan Haji Mabrur. Pengembangan dan meningkatkan strategi *marketing* Tabungan Haji Mabrur harus melihat strategi bauran pemasaran yang akan memberi nilai pada tabungan haji mabrur, yaitu :

- Produk : dengan produk yang inovatif dan variatif, produk yang unggul dalam teknologi.
- Harga : dengan menerapkan strategi harga yang kompetitif terhadap bank-bank pesaing, harga yang mudah dijangkau oleh nasabah.
- Lokasi : dengan menambah jaringan-jaringan kantor yang mempermudah nasabah untuk bertransaksi, pelayanan dan fasilitas yang cepat dan nyaman
- Promosi : Meningkatkan promosi tabungan haji agar masyarakat lebih mengetahui produk tabungan haji bank syariah, kerjasama dengan lembaga-lembaga/travel haji, peran pemerintah untuk mensosialisasi produk tabungan haji bank syariah.